



Mangrovia

Executive Summary



Contact Information

Gabriele Chini
CEO & Co-Founder

(+39) 3664448615
gabriele@mangroviashop.com
www.mangroviashop.com

Capital Seeking

200K€

Use of funds

R&D: 50K€
Marketing: 100K€
Logistic: 40K€
G&A: 10K€

Managing team

CEO & Co-Founder
Gabriele Chini, ex-IBM senior full-stack Developer e Designer
<https://www.linkedin.com/in/gabrielechini/>

CFO & Co-Founder
Mauro Brescia, innovation manager e data analyst
<https://www.linkedin.com/in/maurobrescia/>

Advisors

Luca Masseretti
CFO @ BabacoMarket – myFoody

Gabriele Proni
CEO @ VoxLoud

Pre-Commitment

20K€

Short Description

Mangrovia è il Marketplace di prodotti davvero sostenibili dove il 3% di ogni ordine sostiene una causa sociale/ambientale scelta dall'utente durante l'acquisto.

Problem/Opportunity

- Capire se un Brand/Prodotto è veramente sostenibile è complicato per i consumatori
- A causa del Greenwashing i Brand sostenibili faticano a trasmettere ai consumatori il loro impegno per l'ambiente
- La domanda globale di prodotti ecosostenibili ammonta a circa \$300B con un tasso di crescita annuale del 5%
- Il mercato globale e-commerce ha una dimensione di circa 5 Triloni con CAGR del +13%
- All'inizio del 2020, gli investimenti sostenibili globali hanno raggiunto 35,3 trilioni di dollari, registrando un aumento del 15% negli ultimi due anni (2018-2020) e del 55% negli ultimi quattro anni (2016-2020)

Solution/Product

Un marketplace online che offre solo prodotti veramente sostenibili e mette in comunicazione aziende responsabili, consumatori responsabili ed un ampio portafoglio di no-profit partners.

Come funziona?

- Le informazioni sulla sostenibilità di aziende/prodotti verranno certificate su Blockchain per attestare il proprio impegno per l'ambiente e aumentare la trasparenza nei confronti del consumatore
- Grazie al nostro algoritmo proprietario, genereremo uno Score di sostenibilità basandoci sulle caratteristiche del Prodotto/Brand. Questo ci permetterà di selezionare automaticamente i prodotti all'ingresso, rendendo Mangrovia altamente scalabile
- Creiamo sinergie di valore tra i 3 attori della nostra piattaforma, sfruttando i loro network

Business Model

- Fee sulla vendita: 15 - 30% + 0,99€ a prodotto (in base alla categoria)
- Vendita diretta 50% primo margine
- Commissione sui servizi (20 - 30%) tra partner e marchi
- Certificazione Blockchain 250-500€/prodotto

Market

TAM: 150B€ Prodotti sostenibili venduti in Italia nel 2021
SAM: 40B€ Mercato dei prodotti sostenibili online in Italia nel 2021
SOM: 2B€

CAGR: +18%
Fonte: Nielsen

Competitors

I competitor di Mangrovia sono negozi online specializzati in prodotti sostenibili come FriendlyShop, negozi online di cosmesi naturale come EccoVerde e SorgenteNatura, ma anche negozi fisici come NegozioLeggero.

Traction

- Luglio 2021 Alpha test: MVP – 1200€ fatturato in due settimane, 5k utenti, 80 prodotti, 2k follower Instagram
- 15 Novembre 2021: Marketplace completamente attivo, 1300€ fatturato (15 – 31 Nov), 9k utenti, 100 prodotti
- Dicembre 2021: 5K€ fatturato, 26k utenti, 130 prodotti
- Gennaio 2022: 2K€ fatturato, 10k utenti
- Marzo 2022: 2.5K€ fatturato, 22k utenti, 180 prodotti, 5k follower Instagram
- Aprile 2022: 2.8K€ fatturato, 22k utenti

Competitive advantage

Stiamo costruendo l'unico ecosistema/marketplace che connette consumatori consapevoli, aziende responsabili e associazioni no profit tra loro, dotato di Blockchain e Algoritmo di sostenibilità proprietario. La creazione di tale ecosistema, oltre a portare vantaggi e agevolazioni ad ognuno di questi tre, ci consente di esporre Mangrovia al mercato tramite sinergie aziendali e strategie di unconventional marketing riducendo di gran lunga il costo acquisizione cliente.

Social/Environmental Impact

- Doniamo il 3% di ogni acquisto ad una no-profit a scopi socio-ambientali scelta dall'utente durante l'acquisto. Grazie a questo programma di Giveback abbiamo già finanziato: 6500+ mangrovie piantate, 200Kg di plastica raccolta, 4 gg di attività di educazione ambientale.
- Contribuiamo agli SDGs: consumo/produzione responsabile (12), azione per il clima (13), tutela della biodiversità (14/15) e partnership di valore (17)
- Identificheremo inoltre i valori chiave per ogni tipologia di prodotto come plastica risparmiata, emissioni risparmiate o Km risparmiati (sulla base dell'alternativa di prodotto non sostenibile) al fine di ricavare metriche di impatto.